

## PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA AYAM KETAWA DI KOTA KENDARI

**Robin<sup>1</sup>, La Ode Nafiu<sup>2</sup>, Muh.Rusdin<sup>2</sup>**

<sup>1)</sup> Alumnus Jurusan Peternakan Fapet Unhalu

<sup>2)</sup> Dosen Jurusan Peternakan Fapet Unhalu

\*e-mail : ldnafiu@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji prospek usaha budidaya ayam ketawa di Kota Kendari.. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober – November 2012 bertempat di Kecamatan Baruga, Kecamatan Kadia dan Kecamatan Poasia Kota Kendari. Penentuan kecamatan sampel penelitian dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan jumlah populasi ayam Ketawa terbanyak. Jumlah responden di masing-masing Kecamatan lokasi penelitian sebanyak 10 orang peternak, sehingga seluruhnya berjumlah 30 orang responden. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data berdasarkan nilai presentase dan menggunakan analisis SWOT kemudian diulas secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prospek pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari didukung oleh tingginya harga ayam ketawa, mayoritas peternak tergolong usia produktif dan tingginya SDM peternak. Permasalahan yang dihadapi yakni usaha ayam ketawa bersifat sampingan, modal usaha peternak terbatas, belum adanya pasar yang stabil dan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pengendalian penyakit. Berdasarkan analisis SWOT maka strategi pengembangannya yakni perlu pembinaan manajemen usaha dalam bentuk pelatihan dan mengarahkan usahanya menjadi usaha pokok yang berorientasi pasar, meningkatkan skala usaha ternak, memaksimalkan peran dan fungsi ASPAK untuk menyelenggarakan kontes ayam ketawa serta pameran-pameran peternakan, perlu adanya pembinaan pengendalian penyakit

**Kata Kunci :** Prospek, strategi, pengembangan, ayam ketawa, Kota Kendari

### ABSTRACT

The purpose of this research is to study the prospect, problem faced and formulate the developing strategy of raising the chicken laugh at Kendari. The results of this study are expected to be useful as a reference basis for government and practitioners in developing chicken laugh at Kendari and as a reference for further research. The study was conducted in October - November 2012 held at Kendari. Determination of sub-sample study conducted by purposive sampling based on the amount of chicken population Ketawa most, the samples used were each 10 Baruga farmers in the district, sub-district and district Poasia Kadia. Methods of data collection that is through interview, observation and documentation. Data analysis was performed based on a percentage of the value and use SWOT analysis then reviewed descriptively. Prospects for business development in the chicken laugh Kendari supported by the high price of chicken laugh, the majority of farmers belong to the productive age and height HR breeders. The problem faced by the chicken business is a sideline laughing, limited capital breeder, the lack of a stable market and a lack of knowledge and skills in disease control. Based on the results of the SWOT analysis of the development strategy of the management training needs of business in the form of training and directing his efforts into market-oriented core business, utilizing every event as a marketing contest chicken laughing and following exhibitions farms, businesses need to expand the scale poultry laughing, maximizing roles and functions ASPAK for scheduled contests, and disease control training, need guidance from the government in the form of skills training maximal disease control

**Keywords:** outlook, strategy, development, chicken laugh, City Kendari

\*<sup>1)</sup> *Corresponding author*

## I. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak jenis ayam lokal yang berpotensi dikembangkan, baik sebagai sumber daging dan telur, maupun sebagai ayam kesayangan (animal pet). Pemanfaatan ayam lokal sebagai ayam kesayangan, banyak ditemukan di daerah perkotaan yang bertujuan untuk menghibur pemiliknya atau sekedar menyalurkan hobi.

Ayam lokal yang memiliki warna bulu dan bentuk tubuh yang indah umumnya dipelihara sebagai ayam hias, sedangkan ayam lokal yang memiliki suara kokok yang merdu dikembangkan sebagai ayam penyanyi. Fenomena berkembangnya pemeliharaan ayam lokal sebagai ayam hias maupun sebagai ayam penyanyi di daerah perkotaan, memunculkan paradigma bahwa pengembangan/pemeliharaan ayam lokal atau yang dikenal dengan sebutan ayam buras (bukan ras) tidak hanya ditemukan di daerah pedesaan, melainkan juga dapat ditemukan di daerah perkotaan seperti di Kota Kendari.

Ayam ketawa adalah salah satu jenis ayam lokal yang dimanfaatkan sebagai ayam kesayangan. Oleh karena suara kokoknya yang merdu dan mirip dengan suara ketawa manusia, sehingga ayam ketawa dikembangkan sebagai ayam penyanyi yang sering dikonteskan oleh para pecintanya. Ayam penyanyi yang berhasil menjadi juara kontes biasanya memiliki harga jual yang tinggi, yakni dapat mencapai puluhan juta rupiah (Arya 2012). Sementara ayam ketawa yang tidak berpotensi sebagai ayam tipe penyanyi yang dipelihara dan dibesarkan sebagai penghasil daging, telur dan pupuk sebagaimana ayam buras lainnya.

Saat ini, di Kota Kendari telah terbentuk Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) sejak tahun 2011. Asosiasi ini telah melaksanakan kontes ayam ketawa di Kota Kendari bekerjasama dengan Dinas

Pertanian Peternakan dan Kehutanan Kota Kendari. Dengan terbentuknya ASPAK Kota Kendari diharapkan dapat memicu berkembangnya usaha budidaya ayam ketawa khususnya di Kota Kendari. Namun demikian, informasi yang berkaitan dengan prospek pengembangan usaha budidaya ayam ketawa belum banyak dilaporkan.

## MATERI DAN METODE

### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kendari, selama dua bulan mulai Oktober sampai November 2012.

### B. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua masyarakat Kota Kendari yang membudidayakan ayam ketawa. Adapun sampel dari penelitian ini adalah masyarakat Kota Kendari yang sudah membudidayakan ayam ketawa selama 1 (satu) tahun.

### C. Teknik Penarikan Sampel

Penentuan lokasi penelitian (sampel kecamatan) dilakukan secara *purposive sampling*, berdasarkan jumlah populasi ayam ketawa terbanyak. Sampel yang digunakan yaitu peternak ayam ketawa di Kecamatan Baruga, Kecamatan Kadia dan Kecamatan Poasia masing-masing 10 responden. Untuk menelusuri keberadaan ayam Ketawa akan dilakukan dengan cara bekerja sama dengan Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa Kota Kendari (ASPAK).

### D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari peternak responden melalui wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) serta pengamatan langsung di lapangan.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

- a. Interview/wawancara yaitu pengumpulan data dengan menggunakan kusioner (daftar pertanyaan) dan wawancara langsung responden
- b. Observasi yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengambilan data langsung dari lokasi penelitian.
- c. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dari lembaga/instansi terkait yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### **E. Variabel Penelitian**

Variabel yang diamati dalam penelitian ini meliputi:

- a. Karakteristik peternak responden meliputi; umur, pekerjaan utama, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman beternak ayam ketawa, dan jumlah kepemilikan ayam ketawa (skala usaha).
- b. Manajemen pemeliharaan; pola pemeliharaan (ekstensif, semi intensif, dan intensif), bibit, sistem perkawinan, pakan, perkandangan dan pengendalian penyakit.
- c. Sistem pemasaran.
- d. Sumber daya pendukung; kelembagaan dan kebijakan pemerintah.
- e. Faktor internal dan eksternal budidaya ayam ketawa.

### **F. Analisis Data**

Data karakteristik responden, manajemen pemeliharaan dan sistem pemasaran ditabulasi serta dianalisis menjadi nilai-nilai persentase kemudian diulas secara deskriptif. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) (David, 2002). Tahap analisis SWOT dilakukan dengan identifikasi faktor internal atau *internal factor evaluation* (IFE) dan identifikasi faktor eksternal *eksternal factor evaluation* (EFE). Matriks IFE disusun berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh peternak ayam ketawa, sedangkan matriks EFE disusun berdasarkan peluang dan ancaman

yang dihadapi peternak ayam ketawa. Setelah diketahui nilai dari matriks IFE dan EFE, maka tahap selanjutnya adalah melihat posisi usaha ayam ketawa berdasarkan nilai matriks IFE dan matriks EFE pada matriks IE (*internal eksternal*), yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan usaha ayam ketawa, selanjutnya merumuskan alternatif strategi yang sesuai berdasarkan matriks SWOT. Setelah diperoleh beberapa alternatif strategi melalui tahapan pencocokan yaitu dengan menggunakan matriks IE dan SWOT, maka tahap akhir dari analisis formulasi strategi adalah pemilihan strategi yang terbaik. Metode yang digunakan untuk merumuskan strategi tersebut adalah *Quantitative Strategic Planning Matriks* (QSPM) (Rangkuti, 2006).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran umum Potensi Peternakan**

Jenis ternak yang dikembangkan di Kota Kendari terdiri dari ternak besar (sapi, kerbau dan kuda), ternak kecil (kambing dan babi), dan unggas (ayam buras, ayam ras dan itik). Populasi ternak besar dalam hal ini ternak sapi tahun 2011 yakni berjumlah 1.819 ekor, mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya yang populasinya hanya berjumlah 1.615 ekor, hal ini juga dialami oleh ternak besar lainnya, yakni kerbau yang tahun 2011 sebanyak 19 ekor meningkat dari tahun 2010 yang hanya 6 ekor. Sementara itu ternak kuda di Kota Kendari sebanyak 2 ekor pada tahun 2011 yang tahun sebelumnya belum ada. Demikian pula dengan ternak kecil juga mengalami peningkatan populasi. Pada tahun 2010 ternak kambing hanya berjumlah 2.992 ekor meningkat menjadi 3.262 pada tahun 2011, dan ternak babi hanya 80 ekor pada tahun 2010 meningkat menjadi 115 ekor pada tahun 2011. Terkait dengan populasi unggas yakni ayam buras mengalami

penurunan. Pada tahun 2010 populasi ayam buras berjumlah 367.247 ekor menurun menjadi 359.076 ekor pada tahun 2011. Hal ini juga diikuti ternak itik yang mengalami penurunan dengan populasi 4.915 ekor pada tahun 2010 ekor menjadi 4.068 ekor pada tahun 2011, tetapi pada ayam ras mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2010 populasinya berjumlah 453.861 ekor meningkat menjadi 530.512 ekor pada tahun 2011 (BPS Sultra, 2012).

## B. Karakteristik Responden

### 1. Umur

Umur dibagi dalam 3 kategori, yakni 0 – 14 tahun dikategorikan umur non produktif, 15 – 54 adalah umur produktif dan umur 55 tahun ke atas dikategorikan sebagai umur kurang produktif (Soehardjo dan Patong 1984). Klasifikasi umur responden di Kota Kendari berdasarkan lokasi penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi umur responden berdasarkan lokasi penelitian

Klasifikasi Umur (tahun)	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Andonouhu		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
< 14	0	0	0	0	0	0	0	0
15 – 54	9	90	10	100	10	100	29	96.67
> 54	1	10	0	0	0	0	1	3.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa umur responden tergolong umur produktif yakni sebesar 96,67% dan sisanya sebesar 3.33% tergolong umur kurang produktif.

Hal ini berarti bahwa peternak di ketiga lokasi penelitian lebih aktif dan kreatif serta memiliki kemampuan fisik untuk melakukan aktivitasnya, termasuk upaya pengembangan usahanya.

### 2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dalam hal ini pendidikan formal merupakan faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam berpikir, terutama dalam mengambil langkah-langkah atau tindakan dalam upaya peningkatan kesejahteraan hidupnya (Soehardjo dan Patong, 1984). Tingkat pendidikan responden ayam ketawa di Kota Kendari dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat pendidikan responden berdasarkan lokasi penelitian

Tingkat pendidikan	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Andonouhu		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
<b>SD</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>SLTP</b>	1	10	0	0	2	20	3	10
<b>SLTA</b>	7	70	10	100	8	80	25	83.33
<b>S1</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>S2</b>	2	20	0	0	0	0	2	6.67
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa responden ayam ketawa di Kota Kendari menempuh pendidikan formal dari tingkat SLTP sampai S2. Tingkat pendidikan peternak responden sebagian

besar adalah SLTA yakni sebesar 83.33% sisanya yakni SLTP sebesar 10%, dan S2 sebesar 6.67%. Tingginya tingkat pendidikan yang dimiliki responden di ketiga lokasi penelitian merupakan

kekuatan dalam upaya pengembangan usaha ternak ayam ketawa di Kota Kendari. Hal ini disebabkan tingkat pendidikan berhubungan dengan kualitas sumberdaya manusia (SDM). Semakin tinggi pendidikan peternak, semakin tinggi pula potensi untuk memiliki SDM yang berkualitas, sehingga sangat berpotensi untuk memperoleh kesejahteraan dari usaha ternaknya. Menurut Rivai (1981), pendidikan yang relatif tinggi dengan umur yang masih muda menyebabkan potensi lebih luas berpikir dan dinamis ditambah dengan pengalaman kerja, begitu pula sebaliknya. Pekerjaan utama

responden di Kota Kendari sangat beragam yakni sebagai PNS, pedagang, dan sopir mobil. Pekerjaan utama responden berdasarkan lokasi penelitian disajikan pada Tabel 4. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan utama responden terdiri dari pedagang 86,67% dan sisanya PNS dan sopir mobil masing-masing 10% dan 3.33%. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa usaha ternak ayam ketawa di Kota Kendari umumnya belum dijadikan sebagai usaha pokok melainkan hanya sebagai usaha sambilan dan penyalur hobi.

Tabel 4. Pekerjaan utama responden berdasarkan lokasi penelitian

Pekerjaan utama	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
PNS	2	20	1	10	0	0	3	10
Pedagang	7	70	9	90	10	100	26	86,67
Sopir mobil	1	10	0	0	0	0	1	3.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Posisi usaha ayam ketawa sebagai usaha sambilan dan penyalur hobi menyebabkan produktivitas usaha ayam ketawa rendah. Namun demikian, kondisi ini dapat dipahami karena usaha ayam ketawa yang dilakukan responden umumnya masih pada skala usaha kecil dan belum banyak membutuhkan curahan waktu, sehingga selain melakukan usaha pokoknya, responden masih dapat meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengurus usaha ternaknya. Hal ini sangat memungkinkan terutama bagi peternak yang memiliki pekerjaan utama sebagai pedagang yang sangat erat kaitannya

dengan usaha ayam ketawa, karena pada umumnya barang yang dijual berhubungan dengan peternakan, seperti pakan ayam dan obat-obatan.

### 3. Pengalaman beternak ayam ketawa

Pengalaman peternak merupakan indikator pengetahuan dan kemampuan seorang peternak dalam mengelola usaha ternaknya. Semakin lama peternak menekuni kegiatan usaha ternaknya, semakin banyak pengalaman atau pengetahuan yang diperolehnya. Pengalaman responden di Kota Kendari berdasarkan lokasi penelitian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengalaman beternak responden berdasarkan lokasi penelitian

Pengalaman Beternak ayam ketawa (tahun)	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
< 2	1	10	0	0	0	0	1	3.33
2 – 4	6	60	6	60	3	30	15	50
> 4	3	30	4	40	7	70	14	46.67
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden di ketiga lokasi sudah cukup berpengalaman, karena peternak yang memiliki pengalaman 2 - 4 tahun mencapai 50%, sedangkan yang berpengalaman di atas 4 tahun sebesar 46,67% dan sisanya 3,33% mempunyai pengalaman di bawah 2 tahun. Cukupnya pengalaman beternak para responden merupakan sebuah kekuatan untuk mengembangkan usaha ayam ketawa di Kota Kendari.

#### 4. Jumlah kepemilikan dan struktur populasi ayam ketawa

Jumlah kepemilikan ayam ketawa di Kota Kendari berdasarkan lokasi penelitian disajikan pada Tabel 6. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah kepemilikan ayam ketawa sebagian besar (53.33%) >10 ekor, kemudian 6 – 10 ekor sebesar 36,67% dan < 6 ekor sebesar 10% . Sekalipun masih dalam kategori skala usaha kecil namun hal ini menggambarkan bahwa usaha ayam ketawa mulai ditekuni, karena ayam ketawa di Kota Kendari mulai populer pada tahun 2011 yakni pada saat terbentuknya Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) Kota Kendari yang pada tahun itu juga diadakan kontes pertama kali di Kota Kendari.

Tabel 6. Jumlah kepemilikan ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian

Jumlah kepemilikan ayam ketawa (ekor)	Kecamatan						Kota kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
< 6	3	30	0	0	0	0	3	10
6 – 10	5	50	3	30	3	30	11	36.67
>10	2	20	7	70	7	70	16	53.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Hasil penelitian ini menggambarkan pula bahwa ayam ketawa juga dapat beradaptasi pada lingkungan Kota Kendari seperti halnya ayam buras lainnya, sehingga potensi ayam ketawa untuk dikembangkan di Kota Kendari juga sangat besar.

Adapun struktur populasi ayam ketawa yang dimiliki responden disajikan

pada Tabel 7. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa struktur populasi ayam ketawa terdiri atas pejantan, induk dan anak ayam. Dari struktur populasi tersebut anak ayam menempati jumlah terbanyak yakni 220 ekor atau 60.61%, kemudian diikuti induk sebanyak 75 ekor atau 20.66% dan pejantan 68 ekor atau 18.73%.

Tabel 7. Struktur populasi ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian

Struktur Populasi	Kecamatan						Kota kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (ekor)	%	Jumlah (ekor)	%	Jumlah (ekor)	%	Total (ekor)	%
<b>Pejantan</b>	18	23.38	22	14.97	28	20.14	68	18.73
<b>Induk</b>	19	24.67	29	19.73	27	19.43	75	20.66
<b>Anak</b>	40	51.95	96	65.30	84	60.43	220	60.61
<b>Jumlah</b>	77	100	147	100	139	100	363	100

Berdasarkan struktur populasi (Tabel 7) dapat dikatakan bahwa ayam ketawa pejantan yang dipelihara responden di ketiga lokasi termasuk cukup banyak

karena tidak efisien dengan jumlah induk atau dengan *sex ratio* rata-rata 1 : 1, sementara pada sistem perkawinan

alam *sex ratio* ayam buras adalah 1 : (5-9) (Anonimous, 2011<sup>b</sup>).

Oleh karena itu, perlu dilakukan penambahan jumlah betina untuk mencapai *sex ratio* yang seimbang. Penambahan jumlah induk ini juga akan mendukung upaya peningkatan jumlah populasi ayam ketawa di Kota Kendari.

## C. Tatalaksana pemeliharaan ayam

### 1. Sistem pemeliharaan

Berdasarkan keterlibatan manusia dalam pengelolaan ternak unggas, maka sistem pemeliharaan ternak unggas dapat digolongkan menjadi 3 yaitu sistem ekstensif, sistem semi intensif dan sistem intensif (Suprijatna, 2008).

Sistem pemeliharaan ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian menunjukkan bahwa responden memelihara ternak ayam ketawanya dengan sistem intensif. Dimana ayamnya dikandangkan dan sewaktu-waktu ayam jantannya dikeluarkan dan disimpan di tempat bertengker yang telah disiapkan. Walaupun disimpan di tempat bertengker namun masih di bawah pengawasan para peternak.

Penerapan sistem pemeliharaan intensif yang dilakukan oleh responden

dimaksudkan agar mereka dapat mengontrol pakan dan penyakit dari ternaknya sehingga produksi ternak dapat meningkat. Hal ini juga disampaikan oleh Susilorini dkk (2010) bahwa sistem pemeliharaan ekstensif, dimana ayam dilepas dan dibiarkan berkeliaran sendiri mencari pakan akan menghasilkan produksi yang rendah. Sedangkan pada penerapan sistem semi intensif dan intensif kebutuhan pakan akan terkontrol sehingga produksinya tinggi.

### 2. Bibit

Bibit merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan produktivitas ternak. Pemanfaatan bibit unggul dapat menunjang perkembangan usaha ternak termasuk usaha ayam ketawa. Kualitas bibit dapat diketahui berdasarkan sumber bibit atau melalui seleksi bibit.

Adapun sumber bibit yang digunakan responden di Kota Kendari dapat dilihat pada Tabel 8. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa bibit ayam ketawa yang digunakan responden di Kota Kendari sebagian besar (66.67%) bersumber dari warisan atau pemberian, dan sisanya bibit didapatkan dengan cara dibeli (33.33%).

Tabel 8. Sumber bibit ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian

Sumber bibit	Kecamatan						Kota kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
<b>Warisan/pemberian</b>	6	60	7	70	7	70	20	66.67
<b>Dibeli</b>	4	40	3	30	3	30	10	33.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Dominasi sumber bibit ayam ketawa yang diperoleh dari warisan atau pemberian, mengindikasikan bahwa usaha ternak ayam ketawa di Kota Kendari hanya dilakukan untuk menyalurkan hobi. Walaupun hanya sebagai pekerjaan sampingan atau penyalur hobi, ternak ayam ketawa akan menjadi tinggi harga jualnya ketika ayam ini menang pada saat kontes

yakni berkisar 1- 5 juta per ekor. Seleksi bibit yang dilakukan hanya bibit yang berasal dari pembelian. Bibit yang dibeli oleh peternak harus mempunyai kualitas yang baik. Kualitas yang baik dapat dilihat ketika ayam ketawa tersebut sudah pernah mengikuti kontes atau belum. Selain itu suara yang merdu juga merupakan indikator dalam pembelian ayam ketawa.

Untuk bibit yang berasal dari warisan/pemberian seleksi tidak dilakukan karena para peternak hanya menerima pemberian atau yang diwariskan dari keluarga.

### 3. Pakan

Pada umumnya pakan yang diberikan pada ayam ketawa tidak jauh beda dengan ayam buras lainnya, seperti

jagung, dedak, beras, dan konsentrat. Di daerah asalnya pakan yang digunakan untuk anak ayam ketawa adalah dedak halus dan jagung halus. Selain itu ayam ketawa ini juga diberikan pakan tambahan seperti gabah dan jangkrik untuk memperhalus dan memperpanjang suara kokoknya (Anwar, 2010).

Tabel 9. Jenis pakan ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian

Jenis pakan	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
Jagung, dedak, beras	7	70	9	90	5	50	21	70
Jagung, dedak, beras + konsentrat	3	30	1	10	5	50	9	30
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Tabel 9 menggambarkan bahwa penggunaan konsentrat untuk pakan ayam ketawa sangat sedikit jumlahnya, yaitu hanya 9 orang atau 30%. Sedangkan yang tidak menggunakan pakan konsentrat sebanyak 21 orang atau 70%. Kurangnya penggunaan pakan konsentrat oleh para peternak karena konsentrat memiliki kadar protein dan lemak tinggi yang bisa menyebabkan kegemukan yang berpengaruh terhadap suara ayam ketawa, sementara tujuan mereka memelihara ayam ketawa yakni untuk menghasilkan suara yang merdu.

### 4. Pengendalian penyakit

Dalam upaya pengendalian penyakit yang lebih utama dilakukan

adalah tindakan pencegahan daripada tindakan pengobatan, karena tindakan pengobatan akan menambah biaya produksi dan tidak terjaminnya keberhasilan pengobatan yang dilakukan. Pencegahan yang dilakukan oleh responden yakni dengan melakukan proses sanitasi secara rutin, sedangkan penggunaan vaksin pada ayamnya belum dilakukan. Kurangnya pemahaman tentang vaksin merupakan penyebab para responden dalam melakukan vaksinasi. Upaya pengendalian penyakit yang dilakukan responden dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Pengendalian penyakit berdasarkan lokasi penelitian

Pengendalian penyakit	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
<b>Diobati</b>	8	80	9	90	9	90	26	86.67
<b>Tidak diobati</b>	2	20	1	10	1	10	4	13.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100
<b>Obat Tradisional</b>	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Obat Industri</b>	8	100	9	100	9	100	26	100
<b>Jumlah</b>	8	100	9	100	9	100	26	100



Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa hampir semua responden di Kota Kendari melakukan tindakan pengobatan yakni 26 orang atau 86.67% pada ayam yang sakit. Dari 26 orang responden jenis obat yang digunakan semuanya menggunakan obat industri seperti tetra clhor, neo terramycin, furozolidon dan trymizin.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa responden di Kota Kendari belum maju dalam hal pengendalian penyakit. Hal ini dapat dilihat dengan tidak maksimalnya proses pencegahan penyakit yang dilakukan

karena peternak responden hanya melakukan sanitasi tanpa melakukan vaksinasi pada ayam ketawanya.

#### D. Sistem pemasaran hasil ternak

Dalam usaha peternakan, proses akhir dari pemeliharaan adalah bagaimana sistem pemasaran hasil ternak dan mendapatkan keuntungan yang besar. Oleh karena itu, sistem pemasaran hasil ternak yang baik menjadi penentu keberhasilan usaha peternakan.

Sistem pemasaran ternak ayam ketawa di Kota Kendari dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Sistem pemasaran ayam ketawa berdasarkan lokasi penelitian

Sistem pemasaran	Kecamatan						Kota Kendari	
	Baruga		Poasia		Kadia			
	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%	Total (orang)	%
<b>Pembeli datang sendiri</b>	9	90	10	100	10	100	29	96.67
<b>Jual dipasar</b>	1	10	0	0	0	0	1	3.33
<b>Jumlah</b>	10	100	10	100	10	100	30	100

Pada Tabel 13 menunjukkan bahwa pemasaran ayam ketawa di Kota Kendari sebagian besar 96.67% tidak menyulitkan peternak, karena hampir semua pembeli datang langsung ke lokasi peternak untuk membeli ayam ketawa. Sementara peternak yang menjual ayamnya di pasar hanya sebesar 3.33%.

Penentuan harga ayam ketawa tergantung dari umur ayam dan kualitas suaranya. Untuk ayam ketawa yang berumur 2 bulan harganya berkisar antara Rp 100.000,- sampai Rp.150.000,- per ekor, sedangkan untuk ayam ketawa yang berumur 3 bulan berkisar antara Rp 150.000,- sampai Rp 200.000,- per ekor. Ayam dewasa yang dijual biasanya adalah ayam jantan dengan kisaran harga Rp 500.000,- sampai Rp 1.000.000,- per ekor, tetapi untuk jantan pemenang kontes memiliki harga jualnya tinggi yakni dapat mencapai Rp 1.000.000,- sampai Rp 5.000.000,- per ekor. Khusus telur ayam ketawa para peternak belum pernah menjualnya karena belum ada pembeli

yang mau membeli dengan harga yang ditawarkan oleh peternak, dimana harga yang ditawarkan peternak berkisar Rp 40.000,- sampai Rp 50.000,- per butir.

#### E. Faktor Pendukung

##### 1. Kelembagaan

Kelembagaan yang berperan dalam usaha ayam ketawa di Kota Kendari adalah instansi pemerintahan terkait dalam hal ini Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Kendari dan Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) Kota Kendari. Tidak berperannya lembaga swasta lainnya seperti lembaga finansial dikarenakan usaha ayam ketawa ini masih dalam skala kecil dan menggunakan modal sendiri.

Keberadaan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Kendari merupakan perpanjangan tangan pemerintah yang diharapkan mampu memberikan pelayanan kepada peternak sesuai tupoksinya dan dapat menunjang perkembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari melalui program-program kegiatan yang

dilakukan. Akan tetapi hasil wawancara dengan salah satu pengurus ASPAK menjelaskan bahwa belum ada program-program pemerintah yang mendukung pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari, pemerintah hanya mendukung kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para peternak ayam ketawa. Hal ini dapat terlihat dengan keterlibatan instansi pemerintah dalam setiap kontes ayam ketawa yang dilakukan oleh Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) Kota Kendari dan bantuan dana untuk hadiah-hadiah yang diberikan kepada para pemenang kontes.

Selain lembaga pemerintah, ada juga lembaga internal peternak ayam ketawa Kota Kendari yaitu Asosiasi Pecinta ayam ketawa (ASPAK) Kota Kendari yang dibentuk pada tahun 2011. Lembaga ini dibentuk berdasarkan kesepakatan para peternak ayam ketawa untuk pengembangan usaha ayam ketawa itu sendiri. Keberadaan lembaga ini mempunyai peran penting terhadap pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari. Hal ini dapat terlihat dengan diadakannya kegiatan kontes ayam ketawa oleh lembaga ini yang memberikan motivasi kepada para peternak untuk lebih giat dalam beternak ayam ketawa. Selain itu kegiatan ini juga menarik perhatian masyarakat, hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan ini baik sebagai peserta atau pun hanya sekedar menyaksikan kegiatan kontes ini. Dari ketertarikan masyarakat dalam menyaksikan kontes ayam ketawa dengan suara-suara ayam yang merdu diharapkan dapat memunculkan peternak dan pecinta baru ayam ketawa sehingga dapat meningkatkan populasi ayam ketawa.

Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) Kota Kendari melalui pengurusnya sudah menetapkan program-program untuk kegiatannya ke depan dalam mengembangkan usaha ayam ketawa. Hasil wawancara dengan salah satu pengurus Asosiasi pecinta ayam

ketawa (ASPAK) Kota Kendari atas nama Pak Ambo yang kedudukannya sebagai ketua menjelaskan bahwa program ASPAK adalah melakukan latihan-latihan kontes yang akan diadakan seminggu sekali, kegiatan ini bertujuan untuk menyiapkan ayam ketawa sebelum mengikuti kontes yang akan diadakan, karena peserta yang mengikuti kontes yang diadakan tidak sedikit yang berasal dari luar Kota Kendari. Kegiatan latihan ini juga bertujuan untuk membina hubungan kebersamaan antara para peternak sehingga diantara peternak dapat saling memberikan masukan dan bantuan jika ada kendala-kendala yang dihadapi. Selain itu program yang akan diadakan adalah melakukan kontes ayam ketawa minimal satu kali setahun.

Namun sistem kelembagaan dalam Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa belum tertata dengan baik, hal ini terlihat belum terealisasinya program-program yang telah direncanakan sehingga perlu adanya upaya penguatan sistem kelembagaan untuk menunjang pengembangan usaha ternak ayam ketawa di Kota Kendari.

## **2. Kebijakan Pemerintah**

Kebijakan Pemerintah Daerah setempat dalam hal ini Subdin Peternakan Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Kendari dalam pengembangan usaha ayam ketawa merupakan salah satu pendukung dalam pengembangan usaha ini. Namun tidak adanya kebijakan pemerintah Daerah terkait dengan ternak ayam hias khususnya ayam ketawa menjadi ancaman bagi pengembangan usaha ini ke depan. Hal ini bertentangan dengan pernyataan dari Wali Kota di Kendari TV bahwa kontes ayam ketawa ini akan di agendakan tiap tahun tetapi tidak didukung dengan program-program dari pemerintah dalam pengembangan usaha ini.

Hasil wawancara dengan Kasubdin Peternakan Kota Kendari menjelaskan bahwa, sejauh ini peran pemerintah terkait dengan ternak hias khususnya ayamketawa

yakni membantu dan ikut menyukseskan kegiatan kontes yang diadakan oleh Asosiasi Pecinta Ayam Ketawa (ASPAK) Kota Kendari sehingga para peternak mempunyai motivasi untuk mengembangkan usaha ayam ketawa di Kota Kendari.

## **F. Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ketawa di Kota Kendari**

### **1. Identifikasi Masalah dan Potensi**

#### **a. Faktor Internal**

##### **❖ Kekuatan (Stenghts)**

Hasil identifikasi masalah menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki dalam upaya pengembangan usaha ternak ayam ketawa di Kota Kendari yakni:

##### **1) Umur peternak tergolong produktif**

Peternak ayam ketawa yang menjadi responden sebagian besar tergolong produktif (96,67%), sehingga para peternak memiliki kemampuan fisik untuk melakukan aktivitasnya termasuk pengembangan usahanya.

##### **2) SDM peternak tinggi**

SDM peternak yang menjadi responden tergolong tinggi, ini terlihat dari umur responden yang tergolong produktif (83,33%) yakni tamat SLTA. Selain itu pengalaman beternak ayam ketawa yang sudah cukup (2-4 tahun) juga mengindikasikan SDM yang sudah tinggi. Tingginya SDM menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha ayam ketawa. Hal ini disebabkan karena dengan tingginya SDM yang dimiliki peternak maka akan lebih mudah merespon hal-hal yang berkaitan dengan pengembangan usaha ayam ketawa.

##### **3) Sistem pemeliharaan Sistem**

pemeliharaan peternak sudah intensif, sehingga para peternak dapat mengontrol pakan dan menjaga dari gangguan lingkungan.

##### **❖ Kelemahan (Weaknesses)**

##### **1) Ayam ketawa sebagai usaha sambilan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan peternak responden menjelaskan bahwa usaha ini dijadikan sebagai usaha sambilan hanya sekedar menyalurkan hobi dan menghibur pemiliknya. Meskipun penjualan dari ayam ketawa ini tinggi namun curahan waktu yang diberikan untuk mengurus ternak relatif sedikit.

##### **2) Sistem kelembagaan yang belum optimal**

Belum berjalannya sistem dan fungsi lembaga internal peternak dalam hal ini Asosiasi Pecinta ayam ketawa (ASPAK) Kota Kendari merupakan suatu kelemahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha ayam ketawa. Hal ini berhubungan dengan kinerja dari lembaga dalam mempublikasikan ayam ketawa kepada masyarakat.

##### **3) Modal peternak terbatas**

Dengan tingginya harga bibit ayam ketawa dibanding dengan harga bibit ayam buras lainnya, maka ini menjadi suatu kelemahan dalam pengembangan usaha ayam ketawa, sehingga para peternak yang memiliki minat untuk memelihara ayam ketawa memerlukan modal yang cukup untuk beternak dalam skala yang lebih besar lagi sebelumnya.

#### **b. Faktor Eksternal**

##### **❖ Peluang (Opportunities)**

##### **1) Ayam ketawa memiliki nilai ekonomis tinggi**

Tingginya harga ayam ketawa dibanding dengan harga ayam buras lainnya dapat memberikan keuntungan yang besar pada peternaknya. Dengan kondisi itu usaha ini merupakan sebuah peluang bisnis yang menjanjikan jika usaha ayam ketawa ini dikembangkan di Kota Kendari

##### **2) Tersedianya lahan yang cukup**

Tersedianya lahan yang cukup merupakan peluang dalam pengembangan usaha ini. Dengan tersedianya lahan yang cukup maka peningkatan skala usaha dapat dilakukan oleh para peternak.

##### **3) Pakan yang selalu tersedia**

Pakan merupakan kebutuhan pokok bagi semua ternak. Dengan tersedianya pakan setiap saat bagi ayam ketawa maka kebutuhan ayam ini bisa tercukupi. Dengan demikian pengembangan usaha ayam ketawa memiliki peluang yang besar untuk dijalankan.

#### ❖ Ancaman (Threats)

##### 1) Pasar yang belum stabil

Belum stabilnya pasar untuk pemasaran produk usaha ini merupakan sebuah ancaman dalam pengembangannya. Hal ini berhubungan dengan semangat dan motivasi para peternak karena jika pasar yang belum jelas maka semangat mereka untuk mengembangkan usaha ini berkurang.

##### 2) Kurangnya perhatian pemerintah

Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan merupakan hal yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha ayam ketawa. Namun sampai sejauh ini belum ada kebijakan pemerintah seperti pengadaan bibit, pemerintah hanya sekedar memberikan bantuan dana dalam kegiatan kontes yang dilakukan oleh ASPAK.

##### 3) Cuaca tidak menentu

2. Tidak menentunya cuaca yang ada di Kota Kendari merupakan sebuah ancaman dalam pengembangannya. Hal ini disebabkan karena dengan cuaca yang tidak menentu maka penyakit dapat menyerang ternak

sewaktu-waktu, apalagi tidak didukung dengan pengendalian penyakit yang maksimal. Matriks IFE dan EFE

Setelah dilakukan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Olehnya itu, disusunlah matriks IFE dan matriks EFE yakni sebagai berikut:

#### a. Analisis Matriks IFE

Analisis internal peternak mengidentifikasikan faktor-faktor kunci kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakneses*). Selanjutnya faktor-faktor strategi internal tersebut dimasukkan kedalam matriks IFE untuk mendapatkan total nilai yang dibobot. Nilai total yang dibobot merupakan hasil penjumlahan dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis internal.

Metode pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode *Paired Comparision* sehingga diperoleh bobot masing-masing variabel. Pembobotan dan pemberian rating dilakukan oleh dua peternak dimasing-masing kecamatan. Demikian pula pemberian rating (peringkat), penentuan dilakukan oleh dua peternak dimasing-masing kecamatan yang hasilnya merupakan rata-rata sehingga didapatkan nilai terbobot dari faktor-faktor tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Matriks *Internal Factor Evaluation* (EFE)

Faktor-Faktor Internal	Rata-Rata
Kekuatan	Bobot x Rating
1. Umur peternak tergolong produktif	0,721
2. SDM peternak tinggi	0,525
3. Sistem pemeliharaan yang intensif	0,755
Kelemahan	
4. Usaha ayam ketawa sebagai sambilan	0,341
5. Sistem kelembagaan yang belum optimal	0,099
6. Modal peternak terbatas	0,274
<b>Total</b>	2,716

Dengan memasukkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal, kemudian memberikan bobot dan rating kepada setiap faktor, maka diperoleh hasil analisis matriks IFE dimana total nilai yang dibobot adalah 2,716. Total nilai bobot tersebut menunjukkan bahwa peternak ayam ketawa di Kota Kendari memiliki faktor internal yang tergolong rata-rata atau kemampuan peternak menggunakan kekuatan dan mengurangi kelemahan adalah kategori sedang (rata-rata).

#### b. Analisis Matriks EFE

Langkah-langkah untuk menyusun matriks EFE hampir sama dengan langkah pada penyusunan matriks IFE, hanya berbeda pada faktor strategis yang

dimasukkan pada matriks EFE merupakan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh peternak ayam ketawa di Kota Kendari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan peternak maka didapatkan nilai terbobot. Total nilai yang terbobot ini merupakan hasil penjumlahan dari perkalian bobot dengan rating masing-masing faktor strategis eksternal. Pembobotan dilakukan dengan menggunakan metode *Paired Comparison* sehingga diperoleh bobot masing-masing faktor. Demikian pula dengan pemberian rating yang dilakukan oleh pemilik usaha, sehingga didapatkan nilai terbobot dari faktor-faktor tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

<b>Faktor-Faktor Eksternal</b>	<b>Rata-Rata</b>
<b>Peluang</b>	<b>Bobot x Rating</b>
1. Ayam ketawa memiliki nilai ekonomis tinggi	0,699
2. Tersedianya lahan yang cukup	0,455
3. Pakan yang selalu tersedia	0,688
<b>Ancaman</b>	
4. Pasar yang belum stabil	0,272
5. Kurangnya perhatian pemerintah	0,158
6. Cuaca yang tidak menentu	0,389
<b>Total</b>	2,663

Dengan memasukkan hasil identifikasi peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal, kemudian memberikan bobot dan rating kepada setiap faktor, maka diperoleh hasil analisis matriks EFE dimana total nilai yang dibobot adalah 2,663. Total nilai bobot tersebut menunjukkan bahwa peternak ayam ketawa di Kota Kendari memiliki faktor eksternal yang tergolong sedang atau kemampuan peternak memanfaatkan peluang dan mengurangi ancaman adalah cukup tinggi.

### 3. Matriks IE dan SWOT

Setelah dilakukan analisis matriks IFE dan EFE, maka tahap selanjutnya adalah menyusun matriks internal-

eksternal dan SWOT untuk merumuskan alternatif strategi yang lebih detail sesuai dengan posisi usaha.

#### a. Matriks Internal-Eksternal

Penyusunan matriks IE bertujuan untuk memperoleh strategi ditingkat yang lebih detail. Matriks internal dan eksternal (IE) mengindikasikan 9 sel strategi tetapi umumnya sel tersebut dikelompokkan menjadi tiga strategi utama. Strategi tersebut adalah :

- 1) Strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*), merupakan kondisi pertumbuhan perusahaan (sel 1, 2, 3, dan 5) atau upaya diversifikasi (sel 5 dan 7).

- 2) Strategi stabilitas (*Stability Strategy*) adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan (sel 4 dan 5).
- 3) Strategi pencairan (*Retrenchment Strategy*) adalah usaha memperkecil atau mengurangi kapasitas usaha yang dilakukan peternak ayam ketawa (sel 3, 6, dan 9)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan sebelumnya, total nilai yang dibobot pada matriks IFE adalah 2,716 yang artinya peternak ayam ketawa di Kota Kendari memiliki faktor internal yang berada di atas rata-rata sedangkan total nilai yang terboboti pada matriks EFE adalah 2,663 yang artinya respon peternak terhadap faktor-faktor eksternal yang dihadapinya cukup tinggi.

#### **b. Matriks SWOT**

Berdasarkan dari hasil identifikasi masalah dan potensi faktor internal dan eksternal, maka diperoleh beberapa strategi pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari.

##### **a. Strategi S-O**

Strategi yang dilakukan dalam rangka pengembangan usaha ayam ketawa yang memanfaatkan kekuatan yang telah ada guna memaksimalkan peluang ke depan yakni dengan meningkatkan skala usaha dengan orientasi agribisnis peternakan yang mengoptimalkan tenaga kerja yang tersedia. Hal ini juga didukung dengan peternak yang tergolong produktif dan SDM yang tinggi. Selain itu tersedianya pakan dan masih luasnya lahan serta harga ayam ketawa yang mahal merupakan peluang bisnis yang menguntungkan.

##### **b. Strategi W-O**

- c. Strategi yang dilakukan dalam rangka pengembangan potensi ayam ketawa yang meminimalkan kelemahan yang telah ada guna memaksimalkan peluang kedepan yakni memberikan pemahaman dan pelatihan kepada para peternak tentang manajemen usaha

dan mengarahkan usahanya menjadi usaha pokok yang berorientasi pasar. Hal ini didasarkan karena harga ayam ketawa yang mahal, kemudian lahan masih luas untuk digunakan dan pakan yang tersedia setiap saat. **Strategi S-T**

Strategi yang dilakukan dalam rangka pengembangan potensi ternak ayam ketawa yang memanfaatkan kekuatan yang telah ada guna meminimalkan ancaman yang ada yakni perlu pembinaan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan keterampilan pengendalian penyakit yang maksimal dan memanfaatkan setiap acara kontes sebagai tempat pemasaran ayam ketawa dan mengikuti pameran-pameran peternakan

##### **d. Strategi W-T**

Strategi yang dilakukan dalam pengembangan potensi usaha ayam ketawa yang meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman yakni Memaksimalkan peran dan fungsi ASPAK untuk mengagendakan kontes, dan melakukan pelatihan tentang pengendalian penyakit yang baik.

#### **4. Analisa Matriks QSPM**

Setelah memperoleh beberapa alternatif strategi melalui analisis SWOT dan matriks IE tahap selanjutnya adalah tahap pemilihan strategi dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategy Planing matrix*). Teknik ini secara objektif menunjukkan strategi alternatif yang paling baik.

Pemilihan strategi prioritas ini dilakukan oleh peternak ayam ketawa yang menjadi responden melalui wawancara sehingga dihasilkan urutan prioritas strategi yang harus diterapkan.

Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut ;

1. Perlu pembinaan manajemen usaha dalam bentuk pelatihan dan mengarahkan usahanya menjadi usaha pokok yang berorientasi pasar dengan skor 7,90.

2. Memanfaatkan setiap acara kontes sebagai tempat pemasaran ayam ketawa dan mengikuti pameran-pameran peternakan dengan skor 7,65
3. Perlu peningkatan skala usaha ternak ayam ketawa dengan skor 7,59
4. Memaksimalkan peran dan fungsi ASPAK untuk mengagendakan kontes, dan melakukan pelatihan pengendalian penyakit dengan skor 7,01.
5. Perlu pembinaan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan keterampilan pengendalian penyakit yang maksimal dengan skor 6,44

### **G. Rekomendasi Pengembangan Usaha Ayam Ketawa**

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal termasuk strategi pengembangannya maka rekomendasi guna pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari yakni :

1. Perlu pembinaan manajemen usaha dalam bentuk pelatihan dan mengarahkan usahanya menjadi usaha pokok yang berorientasi pasar
2. Memanfaatkan setiap acara kontes sebagai tempat pemasaran ayam ketawa dan mengikuti pameran-pameran peternakan
3. Perlu peningkatan skala usaha ternak ayam ketawa
4. Memaksimalkan peran dan fungsi ASPAK untuk mengagendakan kontes, dan melakukan pelatihan pengendalian penyakit
5. Perlu pembinaan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan keterampilan pengendalian penyakit yang maksimal

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian hasil analisis dan pembahasan, maka beberapa informasi dari tujuan penelitian yang disajikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari merupakan peluang bisnis yang baik, hal ini terlihat dengan tingginya harga ayam ketawa yang

dapat menguntungkan peternak. Mayoritas peternak yang produktif (96.67%) dan SDM peternak yang tergolong tinggi serta sistem pemeliharaan yang sudah intensif menjadikan usaha ini prospek untuk dikembangkan di Kota Kendari.

2. Permasalahan yang dihadapi dalam upaya pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari yakni usaha ini hanya dijadikan sebagai usaha sambilan, sistem kelembagaan yang belum optimal dan modal usaha peternak yang terbatas. Selain itu belum adanya pasar yang jelas dan kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pengendalian penyakit merupakan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari.
3. Strategi pengembangan usaha ayam ketawa di Kota Kendari dapat dilakukan meliputi perlu pembinaan manajemen usaha dalam bentuk pelatihan dan mengarahkan usahanya menjadi usaha pokok yang berorientasi pasar, memanfaatkan setiap acara kontes sebagai tempat pemasaran ayam ketawa dan mengikuti pameran-pameran peternakan, perlu peningkatan skala usaha ternak ayam ketawa, memaksimalkan peran dan fungsi ASPAK untuk mengagendakan kontes, dan melakukan pelatihan pengendalian penyakit, perlu pembinaan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan keterampilan pengendalian penyakit yang maksimal.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonimous, 2011<sup>a</sup>. *Ayam Ketawa*. Flona seria. Kompas Gramedia.
- . 2011<sup>b</sup>. *Bagaimana Cara Beternak Ayam Ketawa dan Serama*  
<http://pengenbisnis.blogspot.com/> (Online: Januari 2011)

- Anwar K, 2010. *Pakan Asli Ayam Ketawa*. <http://ayamgagak.blogspot.com/> (Online: Juli 2010)
- . 2011. *Ayam Ketawa Ramai Di Kendari*. <http://www.Republika.co.id/> (Online: 15 Maret 2011)
- Arya A, 2012. *Harga Ayam Ketawa* <http://ayamketawajog.blogspot.com/> (Online: Februari 2012)
- Bambang M, 2000. *Sukses Beternak Ayam Arab*. Difa Publisher.
- BPS, Provinsi Sultra. 2012. *Sulawesi Tenggara Dalam Angka Tahun 2011*. Badan Pusat Statistik Sultra. Kendari.
- Fadly M D, 2010. *Ayam Ketawa Datangkan Keberuntungan*. <http://www.suamamerdeka.com/> (Online: 20 Agustus 2010)
- Hax AC, dan NS Majluf, 1991. *The Strategi: Concepts and proces*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Johnson G, Scholes K, Sexty RM, 1989. *Exploring Strategy Managemnt*. Prentice-Hall, Inc. Ontario
- Kahar, 2011. *Asal Usul* <http://ayamketawa.blogspot.com/> (Online: April 2012)
- Kendari TV, 2011. *Festival Ayam Ketawa Kendari*. <http://astekikendari.blogspot.com/> (Online: Mei 2011)
- Marimin, 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo. Jakarta
- Priyatna E, 2011. *Ayam Ketawa Mulai Banyak Digemari*. <http://lifestyle.kompasiana.com/> (Online: 21 April 2011)
- Purwanti R, 2007. *Pendapatan Petani Daratan Tinggi Sub DAS Malino Studi Kasus Kelurahan Gantarang Kabupaten Gowa*. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan Vol 4 no 3*. Intitut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti, F. 2006. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rivai, 1981. *Ilmu Usaha Tani*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Roiz, A.M, 2011<sup>a</sup>. *Asal Usul Ayam Ketawa* <http://kudusketawa.blogspot.com/> (Online: 20 Desember 2011)
- . 2011<sup>b</sup>. *Budidaya Ayam Ketawa* <http://kudusketawa.blogspot.com/> (Online: Juni 2011)
- . 2011<sup>c</sup>. *Peluang sukses dengan ayam ketawa* <http://kudusketawa.blogspot.com/> (Online: 22 Maret 2011)
- Teguh M, 2010. *Asal Usul Ayam Ketawa atau Ayam Gaga* <http://www.ayamketawaindonesia.com/> (Online: Juni 2010)